

Gastro-Kültürel Turlara Katılan Yerli Ziyaretçilerin Otantiklik Algısı ve Tur Deneyim Kalitesi: Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolünün Etkisi (Perception of Authenticity and Tour Experience Quality of Domestic Visitors Participating in Gastro-Cultural Tours: Effect of Tourist Guides' Interpretative Role) **

* Gizem ÇORMAN ^a , Gülay ÖZDEMİR YILMAZ ^b 

^a Independent Researcher, Istanbul/Türkiye

^b Balıkesir University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Balıkesir/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 06.12.2023

Kabul Tarihi: 16.03.2024

Anahtar Kelimeler

Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü
Otantiklik algısı
Deneyim kalitesi
Mardin

Keywords

Tourist guides' interpretative role
Perception of authenticity
Experience quality
Mardin

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Bu araştırma, turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Turizm alanyazınında turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve deneyim kalitesi üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik bir çalışmaya rastlanılmamış olması araştırmayı değerli kılmaktadır. Mardin iline tur ile gelen 626 yerli ziyaretçi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında veri setinin analizi için IBM SPSS 26 ve AMOS 22 istatistiksel analiz programları birlikte kullanılmıştır. Araştırmada yararlanılan yapısal yol analizi ile turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün ziyaretçilerin otantiklik algısı üzerinde olumlu ve yüksek düzeyde; ziyaretçilerin tur deneyim kalitesi üzerinde olumlu ve orta düzeyde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin Mardin iline yönelik algıladıkları otantikliğin deneyim kalitesini olumlu ve iyi düzeyde etkilediği araştırmanın bir diğer sonucudur.

Abstract

This research aims to examine the impact of the interpretative role of tourist guides on the perception of authenticity and tour experience quality of domestic visitors participating in gastro-cultural tours. The lack of studies in the tourism literature that measure the interpretative role of tourist guides on the authenticity perception and experience quality of domestic visitors participating in gastro-cultural tours makes the research valuable. A total of 626 domestic visitors who arrived in the Mardin province by tour constitute the sample of the study. For the analysis of the dataset in the research, IBM SPSS 26 and AMOS 22 statistical analysis programs were used together. Through the structural equation analysis employed in the research, it was found that the interpretative role of tourist guides had a positive and high impact on visitors' perception of authenticity and a positive and moderate impact on visitors' tour experience quality. Additionally, it is another finding of the study that the perceived authenticity of domestic visitors participating in gastro-cultural tours had a positive and good level of impact on the quality of their experience with the Mardin province.

* Sorumlu Yazar

E-posta: gizemcorman@outlook.com/ (G. Çorman)

** Bu araştırma Gizem ÇORMAN'ın "Gastro-Kültürel Turlara Katılan Yerli Ziyaretçilerin Otantiklik Algısı ve Deneyim Kalitesi ile Davranışsal Niyet İlişkisi: Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolünün Etkisi" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

GİRİŞ

Turist rehberleri ziyaret edilen destinasyonun yüzü, elçisi, grubun lideri olma gibi birçok özelliği taşıyan turizmin önemli paydaşlarından. Özellikle turlarda bilgiyi misafirlerine yorumlayarak aktarması ile turist rehberlerinin yorumlayıcı yönü ön plana çıkan rollerinden birisidir (Ham & Weiler, 2007). Turist rehberi anlatımı ile misafirlerine o kültürü kendilerinden bir parça gibi hissettirip, sıkıcı gelebilecek bir konuyu zengin içerikler ile anlatarak turistlere unutulmaz deneyimler yaşatabilme potansiyeline sahiptir (Büyükkuru & Aslan, 2016). Bir turist rehberinin en önemli iletişim rollerinden biri turistlerin ziyaret ettiği kültürel ve fiziksel ortamları yorumlamasıdır. Turist rehberinin yorumlama tekniklerini etkili bir şekilde kullanması ziyaretçilerin edindikleri deneyimin kalitesine katkıda bulunmaktadır (Avcıkurt, 2017, s.107).

Bir deneyimin veya yaşamın kişinin duyguları, inançları ve bilişleri ile uyumlu olması otantiklik kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Deneyimin otantik olması, kişinin gerçek, özgün ve kendine ait bir deneyim yaşadığını hissetmesini sağlamaktadır. Günümüzde insanlar, modern yaşamın rutinlerine ve tüketim odaklı kültüre tepki olarak otantik deneyimlere yönelmektedir. İnsanlardaki bu otantik olana yönelim, turizm endüstrisinin de farklılaşmasına ve çeşitlenmesine neden olmuştur (MacCannell, 1973). Bu kapsamda insanlar seyahatlerinde klasik deniz-kum-güneş tatillerinden ziyade farklı kültürlerle etkileşim kurabilmek, yeni deneyimler edinmek ve seyahat edilen yöreye özgü kültürel değerleri keşfedip öğrenmeyi tercih etmektedir. Türkiye’deki yerli seyahat acentaları tarafından düzenlenen kültür turları-gastronomi temalı turların içeriği incelendiğinde destinasyonların sahip olduğu doğal ve kültürel somut değerlerin ziyaret edildiği; gidilen destinasyonun yöresel yiyecek ve içeceklerinin deneyimlendiği turların gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Bu turlar kültür turları olabildiği gibi gastronomi-gurme turları başlığı altında da gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla iki tur çeşidinin birbiri ile benzerlik göstermesinden dolayı gastro-kültürel turlar özelinde araştırma yürütülmüştür. Gastro-kültürel turlar: ziyaretçilerin seyahat edilen destinasyonun hem tarihi, doğal ve kültürel değerleri hakkında bilgi edinmelerine, öğrenmelerine hem de destinasyona özgü yöresel yiyecek ve içeceklerin tadılması ve öğrenilmesine imkân sağlamaktadır. Düzenlenen bu turlarda destinasyonun sahip olduğu somut ve somut olmayan kültürel unsurlarının ziyaretçilere aktarılmasında turist rehberinin önemli rolü bulunmaktadır. Sonuç olarak, ziyaretçilere bir bölge veya ülke mutfağını tatma fırsatı sunan rehberli turlar, ziyaretçilerin kısa sürede yerel yemekleri tatmasına, yerel yemekler hakkında bilgi edinmesine ve destinasyonun gastronomisini öğrenmesine olanak tanıdığı için destinasyonlar için önemli görülmektedir. Araştırma uygulama sahası olarak 2000 yılında UNESCO Dünya Kültürel ve Doğal Miras Geçici Listesi’nde yer alan Mardin ili tercih edilmiştir. Mardin’in tercih edilmesindeki bir diğer neden ise birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması dolayısıyla kültürel, mimari ve mutfak kimliklerinin bu medeniyetlerin etkisinde kalarak şekillenmesi ve günümüze kadar ulaşabilmiş olmasıdır. Bu açıklamalardan hareketle turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Bu değişkenlerin Mardin’in sahip olduğu somut ve somut olmayan değerlerini korumak ve sürdürülebilmek açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Otantiklik Algısı

Teknokratik hayatın yabancılaştırıcı etkilerine bir tepki olarak doğan ve modern bir terim olarak kabul edilen otantiklik, metalaşmanın olmaması, benlik, toplum veya hayata gerçeklik veren şeyler arasındaki ilişki olarak

yorumlanmaktadır (Kavanoz & Budak, 2020, s. 500). Toplumda ortaya çıkan bu modern ihtiyaç ile insanlar otantik olana yönelmektedir (Bulut & Gülcan, 2018, s. 700). Turizmde otantiklik, turistleri ikamet ettikleri yerden belirli bir süreliğine seyahat etmeye motive eden temel faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir (Brida, vd., 2012). Dinamik, akıcı, müzakere edilebilir ve yaratıcı bir süreç olan otantiklik algısı (Yang & Wall, 2009), turistlerin algısı veya turistlerin turistik çekiciliği olan destinasyonlar ile etkileşimden elde edilen nesnel otantiklik bilişi olarak ifade edilmektedir (Yi vd., 2018). Peterson (2005) otantiklik algısının etnik kimlik, sosyal statü, toplumsal ve kültürel kimlik gibi çeşitli öğeler tarafından belirlendiğini ifade etmektedir. Aynı zamanda, otantiklik algısının kendi başına bir amaç olmaktan ziyade ziyaretçilerin geçmişi deneyimledikleri bir araç olduğu da kabul edilmektedir (Moscardo & Pearce, 1986).

Günümüzde turizm deneyimlerinde otantiklik kavramına yönelik çalışmalara bakıldığında, otantikliğin mutfaklara ve yiyeceklere atfedilen bir kalite olarak karşımıza çıktığını ifade etmek mümkündür (Yurtseven & Karakaş, 2013, s. 91). Bir yiyeceğin otantik olarak değerlendirilebilmesi, yiyeceğin kendisinin, türünün, coğrafi kökeninin ve üretim yönteminin bilinmesine bağlıdır (Schwaninger vd., 2016). Böylece yerel yiyecekler aracılığıyla geçmiş romantikleştirilerek, gerçek ve otantik yemek deneyimleri inşa edilebilmektedir (Autio vd., 2013).

Deneyim Kalitesi

Deneyim kalitesi kavramı insanların katıldıkları çeşitli etkinlikleri (Csikszentmihalyi & LeFevre, 1989, s.815), “hizmet sağlayıcıları, hizmet çevresi, müşterilerin arkadaşları, diğer müşteriler ile girilen etkileşim sonucu yaşanan deneyimi duygusal olarak değerlendirmeleri” olarak tanımlanmaktadır (Chang & Horng, 2010). Bu yönü ile deneyim kalitesi bütünsel bir değerlendirme ile gerçekleştirilen bireysel-duygusal tepkiler şeklinde yorumlanmaktadır. Değerlendirme işlemi kişinin yaşadığı duruma yüklediği anlam ile yakından ilişkilidir (Chen & Chen, 2010). Dolayısıyla deneyim kalitesi kavramını, bireyin edindiği bütünsel deneyimlerine yönelik verdiği duygusal kararlar şeklinde tanımlamak mümkündür.

Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolü

Toplam turistik deneyimin önemli bir unsuru olan turist rehberi (Holloway, 1981, s. 398), ziyaret edilen yerler ile ilgili bilgilerini turiste aktaran, yorumlayan, turun kolaylıkla ve sorunsuz bir şekilde tamamlanmasını sağlayan (Kuşluyan & Çeşmeci, 2002, s. 235), sahada yerel halkı temsil eden ve turistin ziyaret edilen destinasyona ilişkin bakış açısını şekillendiren kişi olarak tanımlanmaktadır (Aktaş & Batman, 2010, s. 379). Ev sahibi destinasyon ile turist-ziyaretçi arasında aracı rol üstlenen turist rehberi (Ap & Wong, 2001; Chang, 2014), bir destinasyonda sunulan tur hizmetleriyle ilgili genel izlenim ve memnuniyetten sorumlu olan turizm sektörünün dinamik çalışanlarından (Geva & Goldman, 1991).

Dahles (2002), destinasyon temsilcisi olarak tanımladığı turist rehberinin turistin tura yönelik deneyim kalitesini artırdığını, konaklama süresini etkilediğini ve bunun sonucunda yerel halk için ekonomik faydalar sağlayan önemli bir faktör olduğunu ileri sürmektedir. Destinasyon ile turist-ziyaretçiler arasında güçlü bir bağ kuran turist rehberlerinin (Toker, 2019) ziyaretçiler ile sürekli temas halinde olması (Baker & Crompton, 2000) ve onlardan hemen geri bildirim alması nedeniyle müşteri memnuniyetleri üzerinde etkisi büyüktür (Doğancılı & Karaçar, 2019). Tur sırasında turistin beklentilerinin karşılanması, rehberin beklenmedik sorunlara yönelik pratik çözümü ile turun

başarılı bir şekilde tamamlanması (Bowie & Chang, 2005) turistin seyahat deneyimini kaliteli kılmakta ve dolayısıyla müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkileyerek ziyaretçi kalış sürelerini de uzatmaktadır (Koroğlu, 2013).

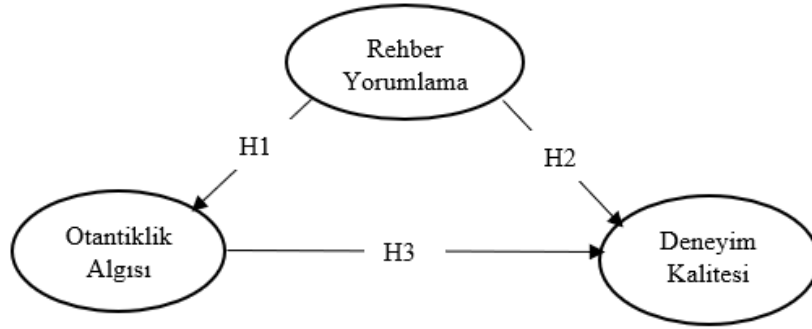
İlgili alanyazın taraması sonucunda üstlendikleri sorumluluklardan ötürü turist rehberlerine yönelik pek çok rol tanımlanmıştır. Bu rollerden lider, arabulucu, koruyucu, eğlendirici (Asmadili, Asmadili & Yüksek, 2018, s. 330), bilgi aktarıcı ve yorumlayıcı gibi bazı temel roller yer almaktadır (Albuz vd., 2018, s. 25). Turist rehberinin işinin büyük bir kısmını turistlerin ziyaret ettiği ortamları yorumlamak oluşturmaktadır. Bu yorum bir eğitim aracı olarak kabul edildiği gibi aynı zamanda bilgilendirme ve eğlendirme aracı olarak da kabul edilebilmektedir. Böylece turist rehberi; turistlerle etkileşime girmekte, destinasyon ile ilgili bilgi sağlayarak turistlerin ihtiyaçlarını ve meraklarını gidermekte (Moscardo, 1998), turistlerin tur çevresi hakkındaki bilgi ve farkındalıklarını artırmakta ve tur sırasında insanların oynaması gereken rolleri anlamalarını sağlamaktadır (Yamada, 2011). Ziyaretçileri yönlendiren turist rehberi, herkesin fark edemediği manzaradaki önemli oluşumlara veya görsele işaret edebilmektedir. Turist rehberleri aynı zamanda yerel halkın ortak değerlerini, yöresel unsurlarını yorumlayabilmekte ve aynı zamanda yerel halkın gözünden kültürü deneyimleyen ziyaretçilere bir mercek olabilmektedir (Latkova, vd., 2018).

Paylaşım ekonomisi kapsamında sosyal mübadeleler yoluyla gerçekleşen deneyimin otantik boyutu hem turist rehberlerine hem de turiste fayda sağlamakla birlikte turistlerin deneyim sırasında algıladıkları derinlik ve gerçek deneyimlerin paylaşılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Kromidha, Gannon & Taheri, 2021). Taheri, Gannon & Kesgin (2020) araştırmalarında, turist rehberlerinin ve turistlerin paylaşım ekonomisi içinde otantik deneyimleri nasıl sağladığını ve ne derece temsil ettiğini incelemişlerdir. Araştırmada turist rehberlerinin, turistlerin otantik deneyimlere yönelik artan taleplerine yanıt verdiği sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla turist rehberi otantik deneyim arayışında olan turistlere destinasyonun sahip olduğu otantik değerlerin bilgilendirmesini yapmakla birlikte tur süresince yorumlamaları ile turiste otantik deneyim yaşatan turizmin önemli paydaşları olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda otantiklik kavramı ile bahsedilen destinasyonun kalitesine yönelik algısı olduğu yönündedir (Croes vd., 2003). Buchmann, Moore & Fisher (2010), otantik olarak kabul edilen unsurların sadece fiziksel mekân veya nesnelere kaynaklanmadığını, aynı zamanda bu mekân ve nesnelere oluşturan yerlerin etkileşim anlarından türetildiğini vurgulamaktadır. Turist-turist ve turist-yerel halk arasındaki etkileşimi sağlayan turist rehberleri hem destinasyonun sahip olduğu nesnel otantikliği hem de tur süresince turistin kendini gerçekleştirme ve yaşadığı deneyimi anlamlandırmasına olanak sağladığı varoluşsal otantikliği turistlere yorumlamaktadır.

Turist, turist rehberi tarafından bilginin yorumlanması ile çevre ve kültür hakkındaki farklılıkları deneyimlemek istemektedir (Reisinger & Steiner, 2006). Dolayısıyla turist, turist rehberinden yöresel yiyecek ve içecekleri de içeren yerel kültür hakkında daha fazla bilgi edinmeyi; yöresel mutfak ve bu mutfağın yörenin kültürü, tarihi ve sanatı ile olan ilişkisinde turist rehberlerinin bilgi, yorum ve önerilerinden faydalanarak merakının giderilmesini beklemektedir. Çünkü turistler yabancı olduğu destinasyonda gastronomik öğeler veya yöresel yiyecek ve içecekler konusunda güvenilir kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri yazılı, görsel, sosyal mecralar veya ağızdan ağıza pazarlama araçlarına başvurabileceği gibi turist rehberinin önerilerine de başvurabilmekte, onların bilgi ve deneyimlerinden faydalanabilmektedir (Yılmaz, 2018). Sonuç olarak, turistlere bir bölge veya ülkenin mutfağını deneyimleme fırsatı sağlayan rehberli gastro-kültürel turlar, hem yörenin mimari yapısı, doğal, tarihi ve kültürel unsurlarını hem de turistlerin yöresel yemekleri tatmalarına, gastronomi ve yöresel mutfak ile ilgili bilgi edinmelerine olanak sağlamaktadır.

Yöntem

Bu araştırmada turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın modeli olarak ilişkisel tarama modeli tercih edilmiştir. İlişkisel tarama modeli, farklı değişkenler arasındaki ilişkileri analiz ederek, bu ilişkilerin ne kadar güçlü olduğunu, hangi değişkenlerin birbirini nasıl etkilediğini ve değişkenler arasındaki farkları belirlemek için kullanılmaktadır (Şimşek, 2012, s.92). Araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1’de yer almaktadır. Araştırmanın temel hipotezleri aşağıda ifade edilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

H1: Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün ziyaretçilerin otantiklik algısı üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün ziyaretçilerin tur deneyim kalitesi üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.

H3: Gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısının ziyaretçilerin tur deneyim kalitesi üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.

Araştırmanın ulaşılabilir evrenini Mardin iline tur ile gelen 18 yaş üstü yerli ziyaretçiler oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemi ile 732 yerli ziyaretçiden veri toplanmış, hatalı ve eksik kodlanan 106 anket formu veri setinden çıkarılmış, 626 veri ile analizler gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada kullanılan verilerin analiz edilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu’ndan 11.10.2022 tarihli ve 2022/05 karar numarası ile alınmıştır.

Veri toplama yöntemi olarak yüz yüze ve çevrimiçi formlar aracılığıyla anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde yerli ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin ifadeler; ikinci bölümde ise deneyim kalitesi ölçeğine ilişkin 9 ifade, otantiklik algısı ölçeğine ilişkin 10 ifade ve turist rehberlerinin yorumlayıcı rolüne ilişkin 11 ifade anket formunda yer almaktadır. Ölçekte 5’li likert tanımlaması kullanılmıştır.

“Deneyim kalitesi ölçeği” ifadeleri Chen & Chen (2010) ve Kang & Gretzel (2012), “Otantiklik Algısı Ölçeği” Domínguez-Quintero vd. (2018), “Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolü Ölçeği” Kuo vd. (2015) çalışmalarından yararlanılarak araştırmanın amacına uygun şekilde ifadeler uyarlanmıştır. Çevirmenler tarafından çevirisi yapılan ifadeler ile oluşturulan anket formu alanında uzman 10 kişinin görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşü sonrası ölçek ifadelerinin anlaşılabilirliği belirlenmiş ve 225 kişi ile ön test gerçekleştirilmiştir. Ön test sonuçlarında ölçeğin geçerli

ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmış ve ardından 2022 yılı Eylül-Aralık aylarında esas uygulama aşamasına geçilmiştir.

Araştırma verilerinin analiz edilmesinde SPSS 26 ve AMOS 22 istatistik paket programları kullanılmıştır. Verilerin normal dağılıma uygunluğu alınan değişkenlerin çarpıklık ve basıklıkları kontrol edilerek değerlerin +1,5/-1,5 aralığında olduğu ve dolayısıyla verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Tabachnick & Fidell, 2013). Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla frekans analizinden yararlanılmıştır. Ölçeğin yapı geçerliği ve güvenilirliğini test etmek adına açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonrasında ölçeği doğrulamak ve model uyumunu sağlamak adına doğrulayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Ardından ölçeğin yakınsak ve ıraksak geçerliği hesaplanmış ve yapısal eşitlik modellemesi (YEM) analizi ile hipotezler test edilmiştir.

Bulgular

Araştırmanın demografik özelliklerine yönelik bulgular incelendiğinde; tura katılanların %59,9'unun kadın, %40,1'inin ise erkek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 18 yaş üstü katılımcıların yanıtladığı anket formunda en fazla katılımın genç ve orta yaş düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Eğitim düzeyleri incelendiğinde %1,9 ile en az ilköğretim mezunu, %47,8 ile en fazla lisans mezunu ziyaretçilerin tura katıldığı, meslek dağılımlarında ise en fazla özel sektör çalışanı (%33,7) ve memur (%27,8) kesiminin olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaşadıkları şehir incelendiğinde ise en fazla katılımın %37 ile İstanbul'dan sağlandığı, beraberinde İzmir, Ankara, Konya, Bursa, Adana ve Trabzon gibi büyük şehirlerden turlara katılım sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan yerli ziyaretçilerin daha önceki tur deneyimlerine yönelik sorulara verdikleri yanıtlar incelendiğinde; katılımcıların %48,4'ünün daha önce gastro-kültürel turlara katıldığı, %78,4'ünün daha önce rehberli turlara katıldığı ve %83,2'sinin daha önce otantik yemek deneyimlediği sonucuna ulaşılmıştır.

Açımlayıcı Faktör Analizi-AFA

Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü ölçeğine ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmış ve ,915 ile güvenilir olduğu tespit edilerek faktör analizinin yapılması uygun görülmüştür. Tablo 1'e göre KMO değeri ,928 ve Bartlett küresellik testi değerleri $\chi^2=3114,917$, $df=36$, $p<0,001$ olarak tespit edilmiştir. Tek faktörlü turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü ölçeğinin faktör öz değeri 5,353'dür. Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü ölçeğine ait "Rehberin yorumları canlıydı" ifadesi ile RY4:,441 ve "Rehberin ziyaretçilerle olan etkileşimi iyiydi" ifadesi ile RY9:,301 maddelerinin ortak faktör varyans değerleri 0,45'ten küçük olduğu için bu maddeler ölçekten çıkarılmış ve analize dahil edilmemiştir.

Tablo 1. Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolü Açımlayıcı Faktör Analizi

Madde	Faktör	Ortak Faktör Değeri
RY2 Rehberin yorumları ilgi çekiciydi.	,815	,665
RY11 Rehber yöresel yemekleri tanımama yardımcı oldu.	,806	,650
RY5 Rehberin yorumlarının içeriği ile yaşadığım deneyim birbiriyle uyumluydu.	,804	,646
RY10 Rehberin yorumları akıcıydı.	,780	,609
RY8 Rehber yerel çevreyi anlamama yardımcı oldu.	,778	,605
RY1 Rehberin yorumları açık ve anlaşılırdı.	,765	,586
RY7 Rehber, farklı ziyaretçiler için farklı yorum içeriği sağladı.	,761	,580

Tablo 1. Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolü Açımlayıcı Faktör Analizi (devam)

RY6	Rehberin yorumları sayesinde yöresel yemekler hakkında iyi bir bilgiye sahip oldum.	,742	,550
RY3	Rehberin yöresel yemekler ile ilgili yorumlarının içeriği zengindi.	,681	,464
Faktör Öz Değerleri		5,353	
Açıklanan Varyans Yüzdeleri		%59,479	
Cronbach's Alfa		,915	
KMO		,928	
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=3114,917$, $df=36$, $p<0,001$	
RY: Rehber Yorumlama			

Otantiklik algısı (OA) ölçeğine ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmış ve α : ,879 ile güvenilir olduğu tespit edilerek faktör analizinin yapılması uygun görülmüştür. Tablo 2'ye göre KMO değeri ,884 ve Bartlett küresellik testi değerleri $\chi^2=2314,696$, $df=28$, $p<0,001$ olarak tespit edilmiştir. Otantiklik algısı ölçeğini oluşturan iki boyutun toplam varyans açıklama oranı %67,213'tür. Otantiklik algısının varoluşsal otantiklik boyutuna ait "Turda şehrin farklı tarihi dönemlerine ait fikirler edindim" ifadesi ile OA6: ,398 ve "Turda bölgenin tarihini ve tarihi kişiliklerini hissettim" ifadesi ile OA7: ,388 maddelerinin ortak faktör varyans değerleri 0,45'ten küçük olduğu için bu maddeler ölçekten çıkarılmış ve analize dahil edilmemiştir.

Tablo 2. Otantiklik Algısı Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

Madde		Faktör		Ortak Faktör Değeri
		Nesnel	Varoluşsal	
		α :0,877	α :0,732	
OA1	Restoranların genel mimarisini ve izlenimini ilham verici buldum.	,918		,711
OA2	Restoranın atmosferi yerel özelliklere sahiptir.	,841		,682
OA3	Bölgeye özgü yemeğin/yemeklerin tarihi hakkındaki bilgileri ilgi çekici buldum.	,806		,723
OA4	Bölgeye özgü yemeğin/yemeklerin kültürü hakkındaki bilgileri ilgi çekici buldum.	,659		,691
OA5	Bölge hakkındaki bilgileri ilgi çekici buldum.	,612		,661
OA8	Katıldığım bu turda bölgeye özgü sakin ve huzurlu ortamı beğendim.		,842	,738
OA9	Yerel halkın gelenek ve görenekleriyle etkileşime girmek bana eşsiz bir deneyim yaşattı.		,765	,593
OA10	Bölgenin korunmuş medeniyeti ile kendimi bağlantılı hissettim.		,760	,578
Faktör Öz Değerleri		3,865	3,182	
Faktörlerin Açıklanan Varyansları		54,286	12,926	
Toplam Varyans Yüzdeleri		%67,213		
Toplam Ölçeğin Cronbach's Alfa Katsayısı		,879		
KMO Testi		,884		
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=2314,696$, $df=28$, $p<0,001$		

Deneyim kalitesi (DK) ölçeğine ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmış ve α : ,921 ile güvenilir olduğu tespit edilerek faktör analizinin yapılması uygun görülmüştür. Tablo 3'e göre KMO değeri ,881 ve Bartlett küresellik testi değerleri $\chi^2=4329,402$, $df=36$, $p<0,001$ olarak tespit edilmiştir. Deneyim kalitesi ölçeğini oluşturan iki boyutun toplam varyans açıklama oranı %73,988'dir.

Tablo 3. Deneyim Kalitesi Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Madde		Faktör		Ortak Faktör Değeri
		Öğrenme α : ,931	Eğlence α : ,841	
DK8	Turda deneyimlediğim yöresel mutfaklar bilmediğim yöresel yiyecekleri öğrenmemi sağladı.	,927		,832
DK9	Turda deneyimlediğim yöresel mutfaklar bilmediğim yöresel içecekleri öğrenmemi sağladı.	,924		,753
DK7	Tur, yöresel yemekler hakkındaki bilgimi artırdı.	,889		,867
DK6	Günlük rutinimden uzaklaşarak, turda yeni şeyler öğrendim.	,865		,812
DK5	Katıldığım bu tur iyi bir öğrenme deneyimi yaşattı.	,740		,675
DK3	Turda yöresel yemekleri yemekten keyif aldım.		,950	,770
DK4	Turda yöresel yemeklerin yöreye özgü sunumundan keyif aldım.		,839	,725
DK2	Turdan keyif aldım.		,738	,655
DK1	Turda eğlendim.		,672	,574
Faktör Öz Değerleri		5,532	4,291	
Faktörlerin Açıklanan Varyansları		61,464	12,524	
Toplam Varyans Yüzdesi		%73,988		
Toplam Ölçeğin Cronbach's Alfa Katsayısı		,921		
KMO Testi		,881		
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=4329,402$, $df=36$, $p<0,001$		

Doğrulamalı Faktör Analizi-DFA

Açıklayıcı faktör analizi sonrasında belirlenen yapıyı doğrulamak ve model uyumunu sağlayabilmek adına ölçeğe birinci düzey doğrulamalı faktör analizi uygulanmıştır. Doğrulamalı faktör analizinin uyum göstergeleri arasında en yaygın kullanılanlar: CMIN/df, RMSEA, CFI, GFI, AGFI, NFI, SRMR'dir (Hooper, Coughan ve Mullen, 2008, s. 53-55). Kabul edilebilir değer aralığı: χ^2/sd : ≤ 5 ; RMSEA: $\leq 0,080$; CFI: $\geq 0,90$; GFI: $\geq 0,80$; AGFI: $\geq 0,80$; NFI: $\geq 0,90$; SRMR: $<0,10$ Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller (2003), Hooper vd., (2008) ve Yaşlıoğlu (2017) kaynaklarından referans alınmıştır. Ölçeklere ilişkin birinci düzey doğrulamalı faktör analizi sonuçları, aritmetik ortalamaları (\bar{x}), standardize edilmiş regresyon yükleri (β), standardize olmayan regresyon yükleri (β_2), standart hata (ϵ), kritik oran (t) ve anlamlılık (p) değerleri Tablo4, Tablo 5 ve Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 4 incelendiğinde turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü ölçeğinin birinci düzey DFA model uyum iyilik göstergelerinin $\chi^2/df=4,316\leq 5$; RMSEA=,073 \leq ,080; CFI=,975 \geq 0,90; GFI=,965 \geq 0,80; AGFI=,932 \geq 0,80, NFI=,968 \geq 0,90 ve SRMR=,027 $<$,10 kabul edilebilir değerler arasında yer aldığı görülmektedir. Ölçek ifadelerinin aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,61$ olduğu ve her bir faktör yükünün ölçeği iyi düzeyde açıkladığı görülmektedir.

Tablo 4. Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolü Doğrulamalı Faktör Analizi

Faktör	Madde	\bar{x}	β	β_2	ϵ	t	p	
Turist Rehberinin Yorumlayıcı Rolü \bar{x} : 3,61	RY1	3,62	,716	1				
	RY2	3,60	,760	1,144	,055	20,712	***	
	RY3	3,65	,609	,832	,057	14,606	***	
	RY5	3,61	,802	1,187	,063	18,942	***	
	RY6	3,66	,702	,992	,059	16,851	***	
	RY7	3,47	,703	1,083	,064	16,850	***	
	RY8	3,58	,734	1,147	,065	17,589	***	
	RY10	3,63	,779	1,230	,067	18,386	***	
	RY11	3,73	,789	1,281	,068	18,933	***	
	<i>Kabul Edilebilir Değer</i>	X^2/df	<i>RMSEA</i>	<i>CFI</i>	<i>GFI</i>	<i>AGFI</i>	<i>NFI</i>	<i>SRMR</i>
		≤ 5	$<0,080$	$\geq 0,90$	$>0,80$	$\geq 0,80$	$\geq 0,90$	$<0,10$
<i>RY Uyum İyiliği</i>	4,316	,073	,975	,965	,932	,968	,027	

***p<,001

Tablo 5 incelendiğinde otantiklik algısı ölçeğinin birinci düzey DFA modeli uyum iyilik göstergelerinin $\chi^2/df=4,173 \leq 5$; $RMSEA=,071 \leq ,080$; $CFI=,975 \geq ,90$; $GFI=,969 \geq ,80$; $AGFI=,932 \geq ,80$ ve $NFI=,968 \geq ,90$ kabul edilebilir değerler arasında yer aldığı ve modelin uyum göstergelerinin iyi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Her bir faktör yükünün boyutları iyi düzeyde açıkladığı ve anlamlılık düzeylerini sağladığı görülmektedir.

Tablo 5. Otantiklik Algısı Doğrulayıcı Faktör Analizi

Faktör	Madde	\bar{x}	β	β_2	ε	t	p
Nesnel \bar{x} 3,79	OA5	3,85	,799	1			
	OA4	3,73	,829	1,013	,046	22,080	***
	OA3	3,80	,816	,919	,042	21,683	***
	OA2	3,81	,684	,801	,046	17,551	***
	OA1	3,80	,650	,728	,044	16,489	***
Varoluşsal \bar{x} 3,79	OA10	3,77	,628	1			
	OA9	3,92	,803	1,469	,105	13,966	***
	OA8	3,70	,657	1,083	,085	12,686	***
<i>Kabul Edilebilir Değer</i>	<i>X²/df</i>	<i>RMSEA</i>	<i>CFI</i>	<i>GFI</i>	<i>AGFI</i>	<i>NFI</i>	<i>SRMR</i>
	≤ 5	$<,080$	$\geq ,90$	$>,80$	$\geq ,80$	$\geq ,90$	$<,10$
<i>OA Uyum İyiliği</i>	4,173	,071	,975	,969	,932	,932	,029

*** p<,001

Tablo 6 incelendiğinde deneyim kalitesi ölçeğinin birinci düzey DFA modeli uyum iyilik göstergelerinin $\chi^2(81,951)/df(17)=4,821 \leq 5$; $RMSEA=,078 \leq ,080$; $CFI=,983 \geq ,90$; $GFI=,969 \geq ,80$; $AGFI=,934 \geq ,80$ ve $NFI=,979 \geq ,90$ kabul edilebilir değerler arasında yer aldığı görülmektedir. Eğlence boyutuna ait “Turda eğlendim” ifadesi ile DK1 maddesi model tahminini olumsuz etkilediğinden dolayı analizden çıkarılmıştır. Tekrarlanan analiz sonrasında öğrenme boyutunun aritmetik ortalaması $\bar{x}=3,94$ ve eğlence boyutunun aritmetik ortalamasının $\bar{x}=3,67$ olduğu görülmektedir. Ayrıca her bir faktör yükünün boyutları iyi düzeyde açıkladığı ve anlamlılık düzeylerini sağladığı görülmektedir.

Tablo 6. Deneyim Kalitesi Doğrulayıcı Faktör Analizi

Faktör	Madde	\bar{x}	β	β_2	ε	t	p
Öğrenme \bar{x} 3,94	DK5	3,92	,755	1			
	DK6	3,94	,874	1,278	,044	29,333	***
	DK7	4,00	,960	1,369	,054	25,259	***
	DK8	3,95	,845	1,190	,053	22,439	***
	DK9	3,91	,761	1,098	,055	19,843	***
Eğlence \bar{x} 3,67	DK2	3,50	,662	1			
	DK3	3,71	,826	1,190	,070	17,033	***
	DK4	3,82	,877	1,282	,074	17,406	***
<i>Kabul Edilebilir Değer</i>	<i>X²/df</i>	<i>RMSEA</i>	<i>CFI</i>	<i>GFI</i>	<i>AGFI</i>	<i>NFI</i>	<i>SRMR</i>
	≤ 5	$<,080$	$\geq ,90$	$>,80$	$\geq ,80$	$\geq ,90$	$<,10$
<i>DK Uyum İyiliği</i>	4,821	,078	,983	,969	,934	,979	,050

***p<,001

Ölçüm Modeli ve Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmanın önceki aşamalarında açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ile modelin yapısal özelliklerinin ve ölçümlerin güvenilirliği ve geçerliği hakkında bir temel oluşturulmuştur. Bu temel modellere dayanarak yapısal eşitlik modellemesi (YEM) analizi gerçekleştirilmiş ve en uygun modelin ortaya çıkarılması sağlanmıştır. Kuramsal çerçeve doğrultusunda turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü, otantiklik algısı ve deneyim kalitesi olmak üzere üç örtük

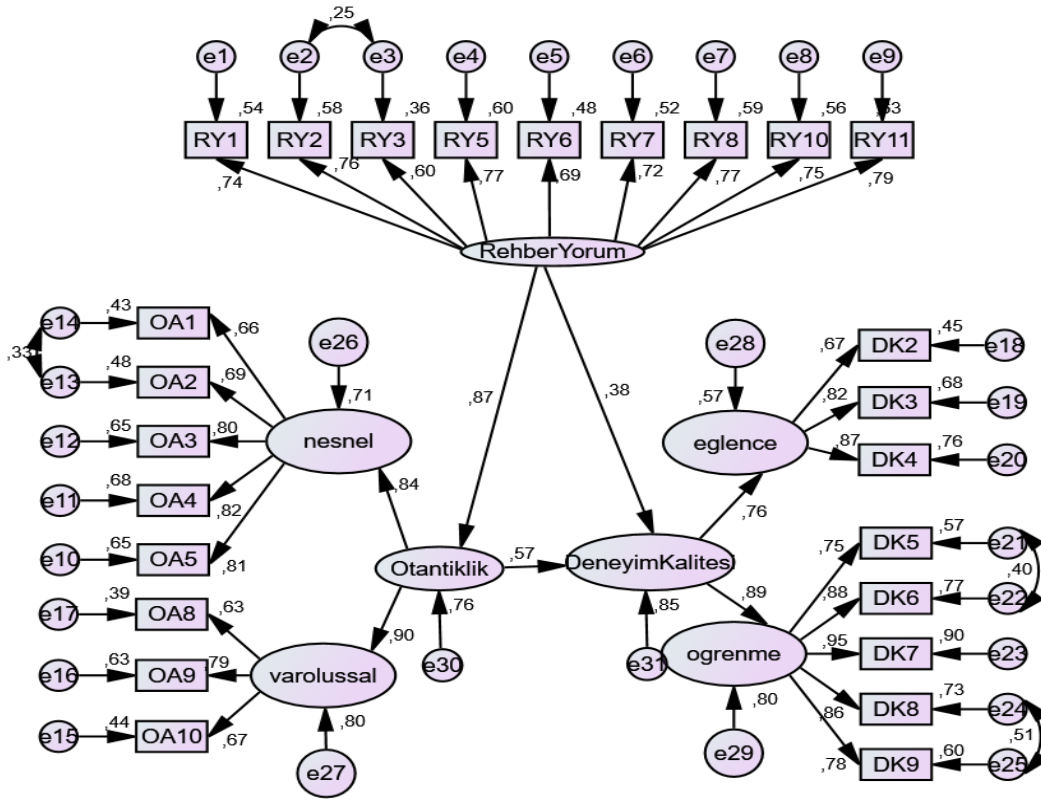
değişken bir araya getirilerek araştırmanın ölçüm modeli oluşturmuştur. Ölçüm modelinin uyum iyilikleri: CMIN: 919,381 df: 264, χ^2/sd : 3,483, RMSEA: ,063, CFI: ,939, GFI: ,893, AGFI: ,867, NFI: ,917 ve SRMR: ,048'dir. Dolayısıyla ölçüm modelinin uyum iyiliklerinin tatmin edici düzeyde olduğu ve kabul edilebilir aralıklarda olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Ölçüm Modeline İlişkin Korelasyon, Geçerlik ve Güvenirlik Değerleri

	(α)	CR	AVE	MSV	MaxR (H)	Eğlence	Öğrenme	Nesnel	Varoluşsal	Rehber Yorumlama
Eğlence	,823	,835	,630	,457	,860	,794				
Öğrenme	,931	,926	,715	,604	,947	,676	,845			
Nesnel	,877	,871	,577	,570	,882	,576	,703	,759		
Varoluşsal	,732	,739	,487	,570	,757	,572	,707	,755	,697	
Rehber Yorumlama	,915	,898	,557	,604	,900	,674	,778	,717	,798	,746

Tablo 7'de ölçüm modeline ilişkin faktörler arası korelasyon, yakınsak ve ıraksak geçerlik ve güvenilirlikleri yer almaktadır. Yakınsak geçerlik için AVE (>,50) değerinin CR değerinden düşük, aynı zamanda CR ve Cronbach's alfa değerinin ,70'ten büyük olması gerekmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Faktörler içerisinde varoluşsal otantiklik faktörünün AVE değerinin ,50'nin biraz altında olduğu görülmektedir. Fornell ve Larcker'a göre (1981) diğer güvenilirlik değerlerinin ,70'in üzerinde olması durumunda AVE değerinin biraz düşük olabileceği kabul edilmektedir. Dolayısıyla ölçeğin yakınsak geçerliği sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin ıraksak geçerliği sağlayabilmesi için MSV değerinin AVE değerinden düşük olması beklenmektedir. Aynı zamanda ölçeğin faktörler arası korelasyon değerlerinin AVE karekökünden düşük olması gerekmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Tablo 7 incelendiğinde varoluşsal otantiklik faktörü ve rehberin yorumlama ölçeğinin MSV değerinin AVE değerinden yüksek olduğu ve AVE karekök değerinin faktörler arası korelasyon değerlerinden düşük olduğu görülmektedir. Fakat ıraksak geçerliğin sağlanması kriterlerinden bir diğeri de faktörler arasındaki korelasyon değerinin ,85'ten düşük olmasıdır (Chou vd., 2002, s. 52). Dolayısıyla Tablo 7'de görüldüğü üzere faktörler arası korelasyon değerinin ,85'ten küçük olduğu ve ıraksak geçerliği sağladığı görülmektedir. MaxR(H) (Maksimum Güvenirlik) değerinin ise CR değerinin üzerinde bir değer alması beklenmektedir (Hu & Bentler, 1999). Sonuç olarak oluşturulan ölçüm modelinin geçerli ve güvenilir bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

Ölçüm modeli başarı ile tanımlandıktan sonra araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla YEM analizi uygulanmıştır. Çizilen her bir yol hipotezleri oluşturduğundan dolayı araştırmanın temelde 3 temel hipotezi bulunmaktadır.



Şekil 2. Araştırmanın YEM Analizi

Tablo 8. Araştırmanın YEM Analizi Sonuçları

İlişki	Std. Regresyon	S.E	C.R	P
Rehber Yorum-→Otantiklik	,870	,055	13,520	***
Rehber Yorum-→ Deneyim Kalitesi	,377	,108	3,719	***
Otantiklik-→Deneyim Kalitesi	,573	,140	5,109	***

*** $p < ,001$

Tablo 8’de araştırmanın yapısal modeline ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır. Yapılan analiz sonuçlarına göre tüm yolların olumlu ve anlamlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı üzerinde olumlu ve yüksek düzeyde (β :.870) anlamlı ($p < ,001$) bir etki sağladığı; ziyaretçilerin tur deneyim kalitesi üzerinde olumlu ve orta düzeyde (β :.377) anlamlı ($p < ,001$) bir etki sağladığı tespit edilmiştir. Gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısının tur deneyim kalitesi üzerinde olumlu ve iyi düzeyde (β :.573) anlamlı ($p < ,001$) bir etki sağladığı görülmektedir.

Tablo 9. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Hipotezler	Sonuçlar
H1.Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H2.Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin tur deneyim kalitesi üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H3.Gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısının deneyim kalitesi üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Modern yaşamın stresi, teknolojiye olan bağlılık turistlerin modern dünyadan kaçma isteklerine sebebiyet vermektedir. Bu durum turistleri otantik ve farklı deneyim arayışına yönlendirmektedir. Son yıllarda düzenlenen turlara bakıldığında turistlerin artık klasikleşen tatil anlayışlarından sıyrılıp sıra dışı olanı tercih ettikleri, kültürel

açından zengin, yerel dokuyu yansıtan deneyimler yaşamak için otantik destinasyonları keşfetmek ve öğrenmek istedikleri görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın amaçlarına yanıt verebilmesi açısından uygulama alanı olarak farklı etnik grupların ve inançların bir arada yaşadığı, tarihi ve kültürel zenginlikleri, el sanatları, doğal güzellikleri ve gastronomisi ile turizm potansiyeline sahip bir şehir olan Mardin ili tercih edilmiştir. Geleneksel taşı, dini ve yerel mimarisi, teraslı kentsel yapısı ve 7 bin yıllık tarihi geçmişiyile Anadolu toprağının en iyi korunmuş örneği olan Mardin, adeta bir açık hava müzesi görünümüyle kültürel peyzaj alanı olarak 2000 yılında UNESCO Dünya Kültürel ve Doğal Mirası Geçici Listesi'nde yer almaktadır (UNESCO, 2000). Kültürel zenginlikleri ile birlikte bereketli Mezopotamya ovası üzerinde yer alan Mardin, tarımın anavatanı olarak yöreye özgü yiyecek ve içecekleri ve yemişleri ile zengin bir mutfak çeşitliliğine sahiptir (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023). Mardin'in kendine has yemekleri, yörenin yaşam tarzı ve yörede yetişen bitkilerin belirleyici rolü ile geleneksel bir boyut kazanmaktadır. Mardin mutfağının çeşitliliği, geçmiş uygarlıkların kültürel birikimleri, konumu ve uygarlıkların değişimi sırasında yerel halkın kendilerini yenileme becerileri ile açıklanabilmektedir (Karasu, 2013, s.120).

Alanyazında turistlerin otantiklik algısıyla ilgili birçok akademik araştırma mevcuttur. Özellikle miras turizmi ve kültür turizmi üzerine yapılan bu araştırmalarda turistlerin otantik deneyimleri nasıl algıladığı, aradıkları deneyimlerin turizm destinasyonlarına nasıl entegre edilebileceğini anlamak ve bu deneyimlerin turistlerin tutum ve davranışları üzerinde nasıl etki sağlayacağı konuları araştırılmıştır. Bu araştırma yerli ziyaretçilerin katıldıkları gastro-kültürel turlardaki somut ve somut olmayan değerleri otantik olarak algılaması, tur deneyim kalitesi ve turist rehberinin turdaki yorumlama rolünü ele alması bakımından önem arz etmektedir. Turizmde otantiklik algısı turistik çekicilik yaratma ve destinasyonların pazarlanması hususunda önemli bir faktördür çünkü destinasyonların bu algıya yanıt vermesi ve otantik deneyimler sunması, turistlerin memnuniyetini artırabilmekte ve destinasyonun sürdürülebilirliğini destekleyebilmektedir. Deneyim kalitesi bir turun başından sonuna kadar turistlerin yaşadığı deneyimlerin kalitesini ve tatminini ifade etmektedir. Bu kapsamda araştırmanın teorik çerçevesi gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı, deneyim kalitesi ve turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün etkisi olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya gönüllü olarak katılım sağlayan 626 yerli ziyaretçinin demografik özelliklerine ilişkin analiz sonucunda en fazla katılımın kadınlar tarafından olduğu ve yüksek katılım sağlayanların yaş ortalamalarının 26-35 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Eğitim seviyelerinin yüksek oranla lisans mezunu ve mesleki durumlarında ise en fazla özel sektör çalışanları ve ardından memur kesiminin tura katıldığı tespit edilmiştir. Tura katıldıkları şehirler incelendiğinde ise en yüksek katılım ile İstanbul başta gelmekte ve ardından İzmir, Ankara, Konya, Bursa ve Adana gibi büyükşehirlerden katılımın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç ile katılımcıların büyükşehirlerdeki yabancılaşma hissinden sıyrılıp, stres ve kalabalıktan uzakta sakin ve huzurlu ortamlara seyahat etmek istedikleri çıkarımı yapılabilmektedir. Araştırmada ölçeklerin geçerliği ve güvenilirliği sağlandıktan sonra hipotezleri test etmek adına YEM analizi uygulanmıştır. Araştırmada üç temel hipotez bulunmaktadır. Dolayısıyla üç hipotez doğrultusunda etkisi olduğu düşünülerek oluşturulan model ile çizilen her bir yol anlamlı çıkmış ve üç hipotez desteklenmiştir.

Alanyazında kavramsal araştırmalar neticesinde turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü ile ziyaretçilerin otantik algı düzeylerini yükseltebileceğine yönelik öneriler yer almaktadır (Reisinger & Steiner, 2006; Haynes, 2015; Kromidha vd., 2021; Song, Tui & Zhang, 2020; Taheri, Gannon & Kesgin, 2020). Bu araştırmada turist rehberlerinin

yorumlayıcı rolünün otantiklik algısı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan yapısal eşitlik modellemesi analizi ile “Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.” H1 hipotezi test edilmiş ve turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün otantiklik algısı üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve güçlü düzeyde etki ($\beta=0,870$, $p<0,001$) sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla turist rehberlerinin bir destinasyonu yorumlarken destinasyona özgü somut ve somut olmayan otantik değerleri ziyaretçilere tüm yönü ile aktardığı söylenebilir.

Prakash & Chowdary (2010) turist rehberinin bir destinasyona yönelik turistin deneyimini şekillendirdiğini ve unutulmaz izlenimler yarattığını ifade ederken; Rabotic (2010) ise turist rehberinin özellikle yorumlayıcı rolünün tur deneyimi üzerinde istatistiksel açıdan olumlu etki sağladığını belirtmektedir. Benzer şekilde Weiler & Ham (2001) çalışmasında turist rehberinin yorumlama becerisinin turistlerin deneyimlerinin kalitesini arttıracaklarını ifade etmektedir. Cheng vd., (2019) tarafından yapılan çalışmada, turist rehberinin yorumlama hizmetinin tur deneyimi üzerinde olumlu bir etki sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Arat & Bulut (2019) tarafından Konya’da gerçekleştirilen turist memnuniyetinde turist rehberinin rolü isimli çalışmada turist rehberinin iletişim becerilerinin tur deneyimi üzerinde anlamlı ve doğrudan olumlu bir etki gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmada alanyazında yapılan araştırma sonuçlarına uyumlu olarak “Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin deneyim kalitesi üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.” H2 hipotezi test edilmiş ve turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün deneyim kalitesi üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve orta düzeyde etki ($\beta=,377$; $p<,001$) sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçtan hareketle turist rehberlerinin ziyaretçilerin tur deneyimini şekillendirdiği ve turdan keyif almalarını sağladığı ayrıca ziyaretçilerin öğrenme deneyimine olumlu düzeyde katkı sağladığı söylenebilir.

Dominguez-Quintero vd. (2019) kültürel miras destinasyonlarında turistlerin otantiklik algılarının deneyim kalitesi üzerinde olumlu ve doğrudan etki gösterdiğini tespit etmiştir. Lu vd., (2022) tarafından somut olmayan kültürel miras turizmi çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmada, Çin’in Kunqu Opera’sını ziyarete gelen turistlerin otantiklik algısının deneyim kalitesi üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda yapılan araştırma sonuçlarına uyumlu olarak bu araştırmada “Gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısının deneyim kalitesi üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.” H3 hipotezi test edilmiş ve otantiklik algısının deneyim kalitesi üzerinde olumlu ve iyi düzeyde anlamlı bir etkiye ($\beta=0,573$; $p<,001$) sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla yerli ziyaretçilerin turda yaşadığı toplam deneyimden memnun olmasında destinasyonun sahip olduğu otantik değerlerin önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Bu kapsamda Mardin ilinin otantik unsurlarının ziyaretçilerin eğlence ve öğrenme arzularını iyi düzeyde karşıladığı sonucu çıkarılabilmektedir. Sonuç olarak turist rehberinin yorumlayıcı rolünün, turistlerin algılanan otantikliği ve seyahat edilen destinasyonları derinlemesine keşfetmelerine ve anlamalarına yardımcı olduğu, turistlerin seyahat deneyimlerini şekillendiren önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Turist rehberi, turistlerin beklentilerini karşılaması ve deneyimlerini şekillendirmesi ile daha anlamlı, bilinçli ve olumlu seyahat deneyimlerinin oluşmasına katkı sağlamaktadır

Turist Rehberlerine Yönelik Öneriler

- Turist rehberlerinin tur sırasında ziyaretçilerle etkileşiminin iyi olması ve ziyaretçileri turda dinamik tutmak adına yorumlarının canlı olması gerekmektedir.

- Turist rehberleri ziyaretçilerin turdan memnun ayrılmalarını sağlamak adına yorumlamalarının içeriğini ziyaretçi profilinin farklılığına göre zenginleştirmelidir.
- Turist rehberleri yöresel yemekler, gelenekler ve mutfak kültürü hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmak adına gastronomi ile ilgili eğitim almalı veya gastronomi uzmanlık sertifikasına sahip olmalıdır.
- Turist rehberleri bilgilerini güncel tutmalı, gastronomi turizmi alanındaki gelişmeleri takip etmeli ve sürekli olarak yeni şeyler öğrenmeye açık olmalıdır.
- Turist rehberleri, yemekleri ve yerel gıda deneyimlerini anlatma ve sunma becerilerini geliştirmelidir.
- Ziyaretçilerin gastronomi turizm deneyimini zenginleştirmek amacıyla turist rehberlerinin yemeklere uygun şaraplar, içecekler veya yöresel içeceklerin eşleştirilmesi ile ilgili bilgi sahibi olması gerekmektedir.
- Turist rehberleri yorumlamalarında bölgenin nesnel otantikliğini yansıtan kültürel değerlerine vurgu yapmalı, ziyaretçilerin öğrenme deneyimlerine katkıda bulunmalı ve turdan keyif almalarını sağlamalıdır.

Konaklama İşletmelerine ve Yiyecek ve İçecek İşletmelerine Öneriler

Geleneksel, yerel veya kültürel özellikleri yansıtan, kendine özgü bir karaktere sahip olan işletmeler müşterilere daha akılda kalıcı ve gerçekçi deneyimler sunmaktadırlar. Bu nedenle Mardin’de faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

- Konaklama işletmelerinin restoranlarında Mardin mutfak kültürünü yansıtan yöresel yiyecek ve içeceklerine menülerinde yer vermesi; yöresel yemek sunumlarında yöreye özgü malzemelerin kullanılmasına özen göstermesi gerekmektedir.
- Mardin’de faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek ve içecek işletmelerinin iç tasarımı ve atmosferi, destinasyonun nesnel boyuttaki otantikliğini yansıtmalıdır. Yerel kültür veya tema ile uyumlu bir dekorasyon, müşterilere daha otantik bir deneyim sunabilir.
- Sürdürülebilir ve çevreye duyarlı uygulamalar, otantik bir işletmenin önemli bir parçası olabilir. Yerel kaynakları koruma ve gelecek nesillere aktarma amacını taşıyan işletmeler, otantikliklerini daha da güçlendirebilirler.
- Konaklama ve yiyecek ve içecek işletmeleri, yörenin geleneklerine ve yemek tariflerine uyarak yöresel yemekleri menüde vurgulamalı ve müşterilerine yerel tatları deneme fırsatı sunmalıdır. Bu yönü ile müşterilerin öğrenme deneyimlerine katkı sağlanabilir ve müşterilerin varoluşsal otantiklik boyutu ile yörenin gelenek ve görenekleri ile etkileşime girmesi sağlanabilir.

Seyahat Acentalarına Öneriler

- Gastronomi temalı turların tur içeriği incelendiğinde kültür turları ile benzerliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu sebeple gastronomi temalı turların gastro-kültürel turlar adıyla tur programının yapılması daha uygun olabilir.
- Tur programı hazırlanırken yerel şefler, restoranlar ve yerel gıda üreticileri ile iş birliği yapılarak, gastronomi turları daha çekici hale getirebilir.
- Tur programı içerisinde yemek turları, gıda tadımları, yerel pazar gezileri ve yemek pişirme dersleri gibi deneyimler sunularak turistlere gerçek deneyimler yaşatılabilir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Bu araştırmada Mardin ilinde gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi üzerinde turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün etkisi incelenmiştir. Bulgular sonucunda turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi üzerinde olumlu etki sağladığı görülmektedir. Dolayısıyla gelecek araştırmacılar için turlarda farklı kültürden misafirler arasında köprü görevi gören turist rehberlerinin kültürel aracılık rolünün miras turizmi kapsamında nesnel otantiklik ve varoluşsal otantiklik boyutlarının davranışsal niyetler ile ilişkisi araştırılabilir. Bu araştırmanın uygulama alanı olarak Mardin ili tercih edilmiştir. Mardin’de gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi arasında olumlu etki sağladığı araştırmanın bir diğer bulgularındandır. Sonraki araştırmalarda uygulama alanı olarak farklı turizm destinasyonları tercih edilebilir ve sonuçlar bu araştırma ile kıyaslanabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu araştırmada kullanılan verilerin analiz edilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu’ndan 11.10.2022 tarihli ve 2022/05 karar numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Albuz, N., Çakmak, T., Eren, A., Tekin, Ö., & Güven Yeşildağ, N. G. (2018). *Turist Rehberliğine Giriş*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Asmadili, M., Asmadili, V. U., & Yüksek, G. (2018). *Turist Rehberlerinin Liderlik Rollerine İlişkin Bakış Açılarının Belirlenmesi: Eskişehir Örneği*. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç ve H. Ulusoy Yıldırım (Editörler), *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar içinde* (ss.396-408). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Autio, M., Collins, R., Wahlen, S., & Anttila, M. (2013). Consuming Nostalgia? The appreciation of authenticity in local food production. *International Journal of Consumer Studies*, 37(5), 564-568.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşımlar*. (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioural intentions. *Annals of Tourism Research*, 27, 785-804.
- Bowie, D., & Chang, J. C. (2005). Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour. *Journal of Vacation Marketing*, 11(4), 303-322.
- Brida, J. G., Disegna, M., & Scuderi, R. (2014). The visitors’ perception of authenticity at the museums: Archaeology versus modern art. *Current Issues in Tourism*, 17(6), 518-538.
- Buchmann, A., Moore, K., & Fisher, D. (2010). Experiencing Film Tourism: Authenticity & Fellowship. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 229-248.

- Bulut, Y., & Gülcan, B. (2018). Kültürel Yabancılaşmaya bağlı otantiklik arayışına Türk dünyası turizmi cephesinden bakış. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 687-702.
- Büyükkuru, M. & Aslan, Z. (2016). Turist rehberlerinin iletişim becerilerinin turistlerin tur deneyimi üzerine etkisi: Nevşehir ilinde bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34), 338-354.
- Chang, K. C. (2014). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction, and flow experience on tourists' shopping behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 219-247.
- Chang, T. Y., & Horng, S. C. (2010). Conceptualizing and measuring experience quality: The customer's perspective. *The Service Industries Journal*, 30(14), 2401-2419.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Chou, S. C., Boldy, D. P., & Lee, Y. H. (2002). Measuring job satisfaction in residential aged care. *International Journal for Quality in Health Care*, 14(1), 49-54.
- Croes, R., Lee, S. H., & Olson, E. D. (2013). Authenticity in tourism in small island destinations: A local perspective. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11(1-2), 1-20.
- Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815-822.
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: Image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800.
- Doğancı, S., & Karaçar, E. (2019). *Turist Rehberlerinin İşlevleri*. Zengin B., Erkol Bayram G. ve Batman, O. (Editörler), Turist Rehberliği Mesleği (Dünü-Bugünü-Yarını) içinde (s.1-15). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R., & Roldán, J. L. (2021). *The Role of Authenticity, Experience Quality, Emotions, and Satisfaction in a Cultural Heritage Destination*. In *Authenticity and Authentication of Heritage* (pp. 103-117). Routledge.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Geva, A., & Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177-185.
- Ham, S.H. & Weiler, B. (2007). Isolating the role of on-site interpretation in a satisfying experience. *Journal of Interpretation Research*, 12(7), 6-24.
- Haynes, C. (2015). *The Roles of Indigenous Tour Guides in Providing Authentic Experience on Guided Tours In The Caribbean*. Unpublished PhD Thesis. The Pennsylvania State University.
- Holloway, J. C. (1981). The guided tour, a sociological approach. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 377-402.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.

- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Kang, M., & Gretzel, U. (2012). Effects of podcast tours on tourist experiences in a national park. *Tourism Management*, 33(2), 440-455.
- Karasu, A. (2013). *Türkiye’de İzlenen Turizm Politikaları: Mardin Turizmine Yansımaları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Düzce: Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Katz, S. (1985). The Israeli teacher-guide: The emergence and perpetuation of a role. *Annals of Tourism Research*, 12, 49-72.
- Kavanoz, S. E., & Budak, S. (2020). “Yavaş Kent”in otantiklik/özgünlük bağlamında kent pazarlama stratejisi olarak okunması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 38 (3), 487-509.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist rehberlerinin iş yaşamındaki rolleri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 91-112.
- Kromidha, E., Gannon, M., & Taheri, B. (2023). A profile-based approach to understanding social exchange: Authentic tour-guiding in the sharing economy. *Journal of Travel Research*, 62(2), 324-344.
- Kuo, N. T., Chang, K. C., Cheng, Y. S., & Lin, J. C. (2015). Effects of tour guide interpretation and tourist satisfaction on destination loyalty in taiwan’s kinmen battlefield tourism: Perceived playfulness and perceived flow as Moderators. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(sup1), 103-122.
- Kuşlivan, S. & Çeşmeci, N. (2002). Türkiye’de turist rehberliği eğitiminin sorunları ve yeniden yapılandırılması, turizm eğitimi konferansı-Workshop, Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Genel Müdürlüğü.
- Látková, P., Jordan, E., Vogt, C., Everette, M., & Aquino, C. (2020). *Tour Guides’ Roles and Their Perceptions of Tourism Development in Cuba*. In *Tourism and Cuba* (pp. 137-153). Routledge.
- Lu, W., Su, Y., Su, S., Zhao, J., & Zhang, L. (2022). Perceived authenticity and experience quality in intangible cultural heritage tourism: The case of kunqu opera in China. *Sustainability*, 14(5), 2940.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2023). Mardin’in tescilli ürünleri. <https://mardin.ktb.gov.tr/TR-286015/mardin39in-tescilli-urunleri.html>. (Erişim Tarihi: 03.06.2023).
- Moscardo, G. (1998). Interpretation and sustainable tourism: Functions, examples and principles. *The Journal of Tourism Studies*, 9(1), 2-13.
- Moscardo, G. M., & Pearce, P. L. (1986). Historic theme parks: an australian experience in authenticity. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 467-479.
- Peterson, R. A. (2005). In search of authenticity. *Journal of Management Studies*, 42(5), 1083-1098.
- Prakash, M., & Chowdhary, N. (2010). Tour guides: Roles, challenges and desired competences a review of literature. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 3(1).

- Rabotić, B. (2010). *Tourist Guides in Contemporary Tourism*. In International Conference on Tourism and Environment, Philip Noel-Baker University, Sarajevo, Bosnia & Herzegovina, 4-5 March, 353-364.
- Reisinger, Y., & Steiner, C. (2006). reconceptualising interpretation: The role of tour guides in authentic tourism. *Current Issues in Tourism*, 9(6), 481-498.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schwarzinger, S., Brauer, F., Rösch, P., Schütz, B., Kämpf, B., Beckh, G., Lüllman, C., & Dübecke, A. (2016). Authentic food: Why a single analysis parameter is not enough. *Analysis & Methods-Food Analysis*, 37-43.
- Şimşek, A. (2012). *Araştırma Modelleri*. İçinde: Şimşek, A. (Editör). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Taheri, B., Gannon, M. J., & Kesgin, M. (2020). Visitors' perceived trust in sincere, authentic, and memorable heritage experiences. *The Service Industries Journal*, 40(9-10), 705-725.
- Toker, A. (2019). Gecekondu Turizminde turist rehberlerinin ilham verici rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3029-3044.
- Weiler, B., & Ham, S. H. (2002). Tour guide training: A model for sustainable capacity building in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 52-69
- Yamada, N. (2011). Why tour guiding is important for ecotourism: Enhancing guiding quality with the ecotourism promotion policy in Japan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(2), 139-152.
- Yang, L. & Wall, G. (2009). Authenticity in Ethnic Tourism: Domestic Tourists' Perspectives. *Current Issues in Tourism*, 12 (3), 235-254.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yılmaz, G. (2018). *Yerel Yiyeceklerin Deneyimlenmesinde Turist Rehberinin Rolü*. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç & H. Ulusoy Yıldırım (Editörler), Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar içinde (ss.373-384). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yi, X., Fu, X., Yu, L., & Jiang, L. (2018). Authenticity and loyalty at heritage sites: The Moderation effect of postmodern authenticity. *Tourism Management*, 67, 411-424.
- Yurtseven, H. R., & Karakaş, N. (2013). Creating a sustainable gastronomic destination: The Case of Cittaslow Gokceada-Turkey. *American International Journal of Contemporary Research*, 3 (3), 91-100.

Perception of Authenticity and Tour Experience Quality of Domestic Visitors Participating in Gastro-Cultural Tours: Effect of Tourist Guides' Interpretative Role

Gizem ÇORMAN

Independent Researcher, Istanbul/Türkiye

Gülay ÖZDEMİR YILMAZ

Balıkesir University, Faculty of Tourism, Balıkesir/Türkiye

Extended Summary

Tourist guides are important stakeholders of tourism, having many characteristics such as being the face of the visited destination, ambassadors, leaders of the group. Especially during tours, the interpretative aspect of tourist guides is one of their prominent roles, as they interpret and convey information to their guests (Ham & Weiler, 2007). Tourist guide narration has the potential to make its guests feel like a part of that culture and to provide unforgettable experiences to tourists by explaining a topic that may seem boring with rich content (Büyükkuru & Aslan, 2016). One of the most important communication roles of a tourist guide is to interpret the cultural and physical environments that tourists visit. The effective use of interpretation techniques by the tourist guide contributes to the quality of the experience that visitors have (Avcıkurt, 2017, p.107).

The harmony of an experience or life with a person's emotions, beliefs and cognitions is associated with the concept of authenticity. The authenticity of the experience makes the person feel that he or she is having a real, original and unique experience. Nowadays, people are turning to authentic experiences as a reaction to the routines of modern life and consumption-oriented culture. This tendency towards authentic in people has caused the tourism industry to differentiate and diversify (MacCannell, 1973). Therefore, the tourist guide is one of the important stakeholders of tourism, providing an authentic experience to the tourists with the interpretations he makes during the tour, rather than informing the tourists who are looking for an authentic experience about the authentic values of the destination. In this context, authenticity is the perception of the quality of the destination (Croes et al., 2003). In this context, people prefer to interact with different cultures, gain new experiences, and discover and learn the cultural values of the region they travel to, rather than classic sea-sand-sun holidays.

The interpretative role of tourist guides is important in improving visitors' understanding and experience of a destination and its culture (Ap & Wong, 2001, p. 553). A tourist guide, who provides information about the cultural, historical and natural elements specific to a destination, interprets them and makes an effective presentation to tourists, can turn tourists' visits into a quality experience (Katz, 1985). The concept of experience quality includes creating an atmosphere where tourists can establish emotional bonds, live the moment and feel special (Chen & Chen, 2010). The tourist guide, who interprets this atmosphere to the visitors, ensures that the visitors enjoy the tour and meets their desire to learn, making the total tour experience quality (Kang & Gretzel, 2012).

When the content of cultural tours and gastronomy-themed tours organized by local travel agencies in Turkey is examined, it is seen that the natural and cultural tangible values of the destinations are visited; It is possible to say that tours are carried out where the local food and beverages of the destination are experienced. These tours can be cultural tours as well as gastronomy-gourmet tours. Therefore, research was conducted specifically on gastro-cultural

tours, as the two tour types are similar to each other. Gastro-cultural tours: allow visitors to learn and learn about the historical, natural and cultural values of the destination visited, as well as to taste and learn local food and beverages specific to the destination. In these tours, the tourist guide has an important role in conveying the tangible and intangible cultural elements of the destination to the visitors. Mardin province, which was on the UNESCO World Cultural and Natural Heritage Temporary List in 2000, was chosen as the research application area. Another reason why Mardin is preferred is that it has hosted many civilizations, so its cultural, architectural and culinary identities were shaped by the influence of these civilizations and have survived to the present day. Based on these explanations, it is aimed to determine the effect of the interpretative role of tourist guides on the perception of authenticity and tour experience quality of local visitors participating in gastro-cultural tours.

The accessible population of the research consists of domestic visitors over the age of 18 who come to Mardin on tour. Data was collected from 732 domestic visitors with the convenience sampling method, 106 incorrectly and incompletely coded survey forms were removed from the data set, and analyzes were carried out with 626 data. Survey technique was used as a data collection method through face-to-face and online forms. SPSS 26 and AMOS 22 statistical packages were used to analyze the research data. Exploratory factor analysis was applied to test the construct validity and reliability of the scale. After exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis was used to verify the scale and ensure model fit. Then, the hypotheses were tested with structural equation modeling (SEM) analysis. According to the results of the analysis, all paths are seen to be positive and significant. Therefore, the interpretative role of tourist guides has a positive and highly significant ($\beta:870$; $p<.001$) effect on the perception of authenticity of local visitors participating in gastro-cultural tours; It was determined that it had a positive and moderate ($\beta:377$; $p<.001$) significant effect on the visitors' tour experience quality. It is seen that the perception of authenticity of local visitors participating in gastro-cultural tours has a positive and good level ($\beta:573$; $p<.001$) significant effect on the tour experience quality. Based on these results, Hypotheses H1, H2, and H3 have been accepted. Therefore, it can be said that tourist guides, when interpreting a destination, convey the tangible and intangible authentic values specific to the destination to the visitors in all its aspects. In addition, it can be said that tourist guides shape the tour experience of visitors and ensure that they enjoy the tour, and also contribute positively to the learning experience of visitors. It can be said that the authentic values of the destination have an important place in the satisfaction of local visitors with the total experience they have on the tour. In this context, it can be concluded that the authentic elements of Mardin province meet the entertainment and learning desires of the visitors at a good level. As a result, it appears that the interpretative role of the tourist guide is an important factor shaping tourists' travel experiences, helping tourists to deeply explore and understand the perceived authenticity and travel destinations.

Ek 1. Etik Kurul İzni

Evrak Tarih ve Sayısı: 14.10.2022-E.188968



T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Rektörlük

Sayı : E-19928322-302.08.01-188968
Konu : Etik Kurul Onayı

14.10.2022

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 16.08.2022 tarihli ve 20381301/302.08.01/167188 sayılı yazı.

Enstitünüz Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Doktora Programı Öğrencisi GİZEM ÇORMAN'ın Öğretim Üyesi Doç. Dr. GÜLAY ÖZDEMİR YILMAZ'ın danışmanlığında yürüttüğü "**Gastro-Kültürel Turlara Katılan Yerli Ziyaretçilerin Otantiklik Algısı ve Deneyim Kalitesi ile Davranışsal Niyet İlişkisi; Turist Rehberlerinin Yorumlayıcı Rolünün Etkisi**" başlıklı Doktora Tezinde Kullanılması Düşünülen Anket Formu için etik kurul onay belgesi isteği ile ilgili Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu 11.10.2022 tarihli ve 2022/05 sayılı toplantısında alınan karar gereği düzenlenen onay belgesi ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Mehmet NARLI
Rektör Yardımcısı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSAKCAYFE5 Pin Kodu :65692

Belge Takip Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/balikesir-universitesi-ebys>

Adres:Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü Çağış Yerleşkesi 10145 Balıkesir

Telefon:2666121400 Faks:2666121412

Web <http://www.balikesir.edu.tr>

Kep Adresi:balikesiruniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi için: Necla Öztürk
Unvanı: Bilgisayar İşletmeni

